

## **Fővárosi Ítéltábla**

2.Kf.27.496/2007/9. szám

### **A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!**

A Fővárosi Ítéltábla az OTP Bank Nyrt. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest, hivatkozási szám: Vj-56/2006.) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indult perében a Fővárosi Bíróság 2007. évi szeptember hó 19. napján kelt 11.K.30.274/2007/4. számú ítélete ellen az alperes által 5. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott helyen 2008. évi május hó 21. napján megtartott nyilvános tárgyalás alapján meghozta a következő

ítéletet:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét részben megváltoztatja és az alperes Vj-56/2006. számú határozatát a bíróságösszeg tekintetében hatályon kívül helyezi, és e körben az alperest új eljárásra kötelezi, egyebekben az elsőfokú bíróság ítéletét azzal hagyja helyben, hogy a felperest terhelő kereseti illetéket 10.000 (azaz tízezer) forintra, míg az alperest illető elsőfokú perköltség összegét 100.000 (azaz százezer) forintra mérsékli.

Kötelezi a felperest, hogy az - illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására fizessen meg az államnak 12.000 (azaz tizenkettőezer) forint fellebbezési illetéket, míg a fennmaradó kereseti és fellebbezési illetéket az állam viseli.

A másodfokú eljárásban felmerült költségeiket a peres felek maguk viselik.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

### **Indokolás**

A felperes a magyar lakossági banki piac meghatározó szereplője, a hitelkártyák piacán részesedése 2005 végére 12,99% volt. Elsősorban folyószámla, áru-, személyi, és jelzálog

típusú hiteleket kínál ügyfelei részére. A felperes 2003. év végén vezette be klasszikus hitelkártyáit, melyek száma 2005 végére 134 ezerre emelkedett. 2005-ben tovább bővült a hitelkártya-portfólió. A kibocsátott és perbeli reklámokkal érintett hitelkártya kamatmentessége feltételhez kötött volt, így a hitelkeretet csak áruvásárlásra lehetett fordítani (azaz az elszámolási időszakban készpénz felvétel csak kamat elszámolással történhetett), továbbá a hitelt határidőben meg kellett fizetni, és az elszámolási időszakban felmerült esetleges egyéb tartozásokat (kamatt, költség, díj) rendezni kellett. Ha azonban a fogyasztó a fizetési határidőig nem, vagy csak részben fizette meg a felhasznált hitelkeret teljes összegét, akkor a felperes a tranzakció időpontjától kezdődően számított fel kamatot a vásárlási tranzakció összegére is. A fogyasztónak a tranzakció időpontjától kezdődően viselnie kellett a hitelkártya használatával, a számlavezetéssel kapcsolatos díjakat és költségeket, melyekre - a teljes kifizetésig - szintén hitelkamatot számított fel a felperes. 2003 őszétől a felperes a fogyasztói tájékoztatóit televízióban, nyomtatott sajtóban, óriásplakáton, szórólapon, interneten, terméktájékoztató leporellón jelentette meg, továbbá Hirdetményt tett közzé és Üzletszabályzata is megismerhető volt. A közzétett reklámokban a felperes a fogyasztók felé azt kommunikálta, hogy hitelkártyájával feltételek nélkül "akár 45 napig kamatmentesen" nyújt hitelt ügyfelei számára.

Az alperes a 2003-2006. évek közötti időszakra vonatkozóan vizsgálta a felperes hitelkártyájával kapcsolatos fogyasztói tájékoztatókat és reklámkampányt, mivel felmerült a fogyasztók megtévesztésének gyanúja.

A lefolytatott versenyfelügyeleti eljárás eredményeként az alperes megállapította, hogy a felperes a megjelentetett reklámok többségében (a terméktájékoztató leporellók és az internet kivételével) azt a látszatot keltette, hogy a fogyasztók automatikusan, feltételek nélkül, maximum 45 napig tudják használni hitelkeretüket, s csak a határidő leteltét követően kell kamatot fizetniük a felvett hitel után. Az alperes álláspontja az volt, hogy a hitelkeret biztosítása, a használat ellenértéke, az ügyfél anyagi terheinek alakulása a szolgáltatás lényeges tulajdonsága, melyre nézve a felperes 2003. októberétől egyes reklámjaiban megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott azzal, hogy nem közölt feltételt, illetve az áruvásárláshoz kötődő másik együtttható feltételt nem közölte.

Ezért az alperes a 2006. évi október hó 3. napján kelt 56/2006. VJ számú határozatával a felperest 100.000.000 forint bírság megfizetésére kötelezte. Határozatában utalt a

tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 8.§-ának (1) bekezdésére, és a (2) bekezdés a) pontjára, míg a szankció alkalmazása körében a Tpv. 78.§-ának (1) és (3) bekezdésére. A bírság összegének megállapítása körében kiemelte, hogy a felperes jelentős piaci szereplő, hosszú ideig folytatott intenzív kampányt, mely a piacra lépését szolgálta. Figyelembe vette a reklámok összköltségét, és azt, hogy a megtévesztés egy bizalmi szolgáltatáshoz kapcsolódott. Célja egy jelentős anyagi hátrányt okozó, visszatartó erejű bírság alkalmazása volt.

A felperes keresetében a határozat megváltoztatását és annak megállapítását kérte, hogy jogsértést nem követett el. Másodlagosan az eltúlzott mértékű bírság mérséklését kérte. Állította, hogy az alperes részben tévesen állapította meg a tényeket, azokból téves jogi következtetést vont le, és indokolási kötelezettségének sem tett eleget. Hiányolta piaci szerepének, erejének részletes vizsgálatát és versenytársai tájékoztatási gyakorlatának áttekintését. Utalt a pénzügyi szolgáltatások és ezekhez kapcsolódó tájékoztatók szabályozottságára, és erre figyelemmel állította, hogy a reklámnak, hirdetésnek megtévesztő hatása nincs. A reklámot a figyelemfelhívással azonosította. A megjelentetett reklámok nyelvtani értelmezése alapján vitatta az alperesi álláspont helytállóságát és kiemelte, hogy az "akár" szó alkalmazásával a feltételeesség kifejezésre került. Nyelvész szakértő bevonására tett indítványt. Magatartása versenyjogi értékelése során elengedhetetlennek tartotta az esetlegesen téves, nem teljes körű tájékoztatáson túl a reklám megtévesztésre való alkalmasságának vizsgálatát, illetőleg a fogyasztókhöz eljutó egyéb közlések értékelését, helytállóságának vizsgálatát. Hivatkozott a fogyasztói döntések szabadságáról közzétett alperesi alapelvekre, illetve a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelvre, és a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, az Európai Parlament és a Tanács által kiadott 2006/114/EK irányelvre. Másodlagos kereseti kérelme körében hiányolta a releváns piac és piaci helyzete meghatározását, vitatta a közismertként tett megállapítás ("jelentős pénzügyi szereplő") helytállóságát, a jogsértéssel elért előny létét, a reklámköltségeik kiemelkedő voltát. Véleménye az volt, hogy az alperes példátlan mértékű (nagy összegű) bírságot alkalmazott, melynek meghatározása során a törvényi szempontokat nem vette figyelembe. Hivatkozott arra, hogy az alperes döntéshozatalakor nem ismerte a reklámok költségeit.

Az alperes ellenkérelmében a kereset elutasítását kérte, és fenntartotta a határozatában foglaltakat. Vitatta a felperes eljárásjogi és anyagi jogi kifogásait. Utalt a határozatában

rögzített elemzésekre (érintett piac, termék, felperes piaci súlya). A reklámszövegek nyelvtani értelmezése alapján változatlanul fenntartotta, hogy a kamatmentesség feltételei nem voltak megállapíthatók a reklámszövegből. A határozatot a szankció tekintetében is jogszerűnek találta.

Az elsőfokú bíróság a felperes keresetét elutasította a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 339.§-ának (1) bekezdése alapján. Megállapította, hogy a felperes reklámjaival azt a látszatot keltette, hogy hitelkártyája bármely célra használható és a teljes kamatmentesség elérhető annak ellenére, hogy a felperes az akció keretében csak az áruvásárlásra fordított összeg után fizetendő kamatról mondott le, és az ügyleti kamat tekintetében türelmi időszakot nem engedett, annak megfizetése szükséges volt a kamatmentesség eléréséhez. Úgy találta, hogy a felperes által folytatott reklámkampány sem egy-egy reklámtípuson belül, sem több reklámtípus összevetésével sem adott megbízható tájékoztatást a fogyasztói döntés kialakításához. A kiragadott információkat nem találta koherensnek a reklám üzenetével. Álláspontja szerint a reklámokban használt szavak köznapiságának elemzése alapján a kamatmentesség feltétele nem volt közérthetően kommunikált, ezért nyelvész szakértő kirendelését sem tartotta indokoltnak az "akár" szó értelmezésére. A felperesi szolgáltatás lényeges tulajdonságának tartotta az akciós ajánlat feltételeit. Az erről szóló tájékoztatás elmaradását, ezáltal a jogsértés megvalósulását a reklámok megállapította. A releváns tények alperesi rögzítését elegendőnek találta. A szektorális jogszabályon nyugvó ügyfél-tájékoztatást értékelési körön kívül esőnek minősítette. A hivatkozott alperesi állásfoglalásnak, és európai jogi normának való megfelelést nem vizsgálta, mivel azok a döntés meghozatalát követően jelentek meg. A szankció-alkalmazás körében az alperes széles mérlegelési jogkörére, a mérlegelési szempontok ismertetésére, és a felperesi érvelés szűk körű indoklására utalt. Megállapította, hogy az objektív korlátot a bírság összege nem lépte túl.

A felperes fellebbezésében az elsőfokú ítélet megváltoztatását és annak megállapítását kérte, hogy jogsértést nem követett el. Másodlagosan a kirívóan magas bírság összegének mérséklését, ennek hiányában az elsőfokú határozat hatályon kívül helyezését kérte, az elsőfokú bíróság új eljárásra utasítása mellett. Állította, hogy az elsőfokú bíróság a tényállást tévesen és hiányosan, néhol iratellenesen állapította meg, indokolatlanul mellőzte az elért bizonyítékokat és mindezek okán téves jogi következtetéseket vont le. A törvény alapján a megtévesztő, vagy megtévesztésre alkalmas tájékoztatást tartotta tilalmazottnak, így a téves

információ adása miatti objektív felelősségét kizárta. Hiányolta a fogyasztói döntésmechanizmusra ható valamennyi tájékoztatási eszköz értékelését. A reklámot a piaci közlések egyik eszközének tekintette, és nem fogadta el ezek kizárólagos értékelését. Véleménye az volt, hogy elmarasztalása nem jogszerű, ha a döntéshozatali folyamat során a fogyasztó hozzájuthatott azokhoz az információkhoz, amelyek a körültekintő döntését szolgálták. A reklámszöveg nyelvtani értelmezésével kapcsolatos álláspontját változatlanul fenntartotta. A bíróság kapcsán utalt az alperes által kiadott alapelvekre, egyben vitatta az elsőfokú bíróság megállapításait és állította, hogy keresetében részletesen indokolta a téves tényállítások, a téves és kirívóan okszerűtlen jogi értékelés, az indokolatlanul és indokolás nélkül hagyott eltérések jelentőségét, továbbá ismételt hivatkozott - a hasonló tényállás mellett hozott eseti döntések kapcsán - a bíróság eltúlzott voltára.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte annak ténybeli és jogi megalapozottságára figyelemmel. Állította, hogy az elsőfokú ítélet összhangban van a kialakult és következetes bírói gyakorlattal. Eseti döntésekre utalva kiemelte, hogy a jogsértés a megtévesztésre alkalmas közléssel megvalósul, továbbá az információs folyamat egyes elemeinek is korrektnek, így a reklámoknak már önmagukban is hitelesnek, igaznak, és pontosnak kell lenniük. Változatlanul fenntartotta a reklámszöveg nyelvtani értelmezésével kapcsolatos korábbi álláspontját. A szankció kiszabását jogszerűnek találta.

A felperes fellebbezése részben alapos.

A másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp. 253.§-ának (3) bekezdése alapján a fellebbezési kérelem és fellebbezési ellenkérelem keretei között vizsgálta és megállapította, hogy az elsőfokú bíróság a vonatkozó jogszabályi rendelkezések alapján helyesen állapította meg, hogy a felperes a jogsértést elkövette. A másodfokú bíróság a felperes fellebbezésében, a bíróság jogszerűségének vitatása körében előadottakat elfogadva arra a következtetésre jutott, hogy az elsőfokú bíróság az alperesi határozat ezen részének jogszerűségét tévesen állapította meg.

A másodfokú bíróság a felperes fellebbezésében foglaltakra kiemeli, hogy a felperes elmulasztotta megjelölni azokat az ügy megítélése szempontjából releváns tényállási

elemeket, amelyeket hiányolt az elsőfokú bíróság által megállapított tények közül. E releváns körbe ugyanis nem sorolhatók a terméktájékoztató leprellókon és az Interneten megjelenő reklámok, mivel ezekre nézve jogsértést az alperes nem tárt fel. Ezen túlmenően a felperes olyan reklámokra és hirdetésekre, azok eltérő szövegére nem utalt, melyek a magatartása jogi megítélésén változtathattak volna. Azt sem jelölte meg pontosan, hogy mely határozati indokolás részek azok, amelyek tételes kiemelését az elsőfokú ítéletben hiányolt, és annak indokát sem adta, hogy ezek a hiányok mennyiben hatnak ki elmarasztalására. Ennek megfelelően a másodfokú bíróság a felperesnek a tényfeltárási és indokolási kötelezettség elmulasztására vonatkozó hivatkozását elfogadni nem tudta.

Az eljárás során azt a felperes sem vitatta, hogy reklámjaiban a hitelkártya szolgáltatás tekintetében megjelentetett reklámszövegek nem tartalmazták (kifejezetten) a kettős és együttható feltételeket. Ezzel szemben védekezésének lényegét az adta, hogy az "akár" szó feltüntetése önmagában egy feltételhez kötöttségre utalt, és a tájékoztatási folyamat egésze kizárta a fogyasztó megtévesztődését. Véleménye az volt, hogy ha az egyes tájékoztatási eszközökben - így a különböző médiumokban megjelenő hirdetésekben, de ugyanígy az üzletekben kihelyezett hirdetményekben, az ügyintézőktől megszerezhető tájékoztatásban - szereplő információkat a fogyasztó összeállítja, akkor a szükséges és elégséges tájékoztatást a kínált pénzügyi termékről megkapja.

Ezzel a felperesi érveléssel a másodfokú bíróság nem értett egyet. Egyrészt az "akár" szó köznapi és a szövegkörnyezettel egybevetett és különös szakértelmet nem igénylő értelmezése alapján a másodfokú bíróság egyet értett az alperesi érveléssel, mely szerint a jelölt reklámszövegből a kamatmentesség tényleges feltételei nem voltak megállapíthatók. Az Akadémiai Kiadó által megjelentetett Magyar Értelmező Kéziszótár szerint az "akár" szó megengedő, feltételes értelműséget, szövegkörnyezettől függően hasonlítást, választási lehetőséget jelölő szó. Az "akár 45 napig kamatmentes" kifejezés egyértelműen az időtartam szempontjából való feltételeltséget jelentő szövegrész. Ebből a kamatmentesség biztosításának feltételhez kötöttsége (különösen nem az áruvásárláshoz kötődés, a tartozás teljes rendezése) semmilyen módon nem következtethető ki. Ezért a másodfokú bíróság mind az alperes, mind az elsőfokú bíróság e körben kifejtett jogi álláspontjával - így a szakértő kirendelésének mellőzésével is -, egyetértett.

Annak ellenére, hogy a másodfokú bíróság álláspontja szerint is a felperesi magatartás megítéléséhez elengedhetetlen az egész tájékoztatási folyamat vizsgálata, nem helytálló a

felperes azon érvelése, hogy ha a fogyasztó a tájékoztatási folyamat alapján (így különösen a hirdetményből és üzletszabályzatból, illetőleg a megkötött polgárjogi szerződésből) megismerheti a szolgáltatás tényleges feltételeit, akkor a fogyasztók megtévesztése miatt nem elmarasztható. A másodfokú bíróság álláspontja ugyanis az, hogy a tájékoztatás és a reklám fogalma nem azonos, ekként egybemosva nem is tehetők vizsgálat tárgyává. Az előbbi az utóbbinál tágabb fogalom, azt magában foglalja. A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 2.§-ának h) pontja szerint a reklám olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő.

A tájékoztatás és a reklám között fontos különbség tehát, hogy nem azonos célt szolgálnak, hiszen a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása.

A Grtv. 2.§-ának o) pontja szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon - beleértve a megjelenítését is - megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti, vagy sértheti.

A reklám megtévesztő jellegét - az eddig kifejtettekből következően, a fogalmak különbözősége folytán - a másodfokú bíróság álláspontja szerint attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közzétevő vállalkozás más jogszabály - így egyebek mellett a Ptk. 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése, vagy a hitelintézetekről és pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.) 203.§-a - alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatnia megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről.

A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére, vagyis ha a vállalkozása külön jogszabályokban

foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz. A Grtv. 7.§-ának (1) bekezdése a megtévesztő reklám közzétételét, míg a Tptv. 8. §-ának (1) és (2) bekezdései a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazzák, így a sérelem a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával megvalósul. Így ha a fogyasztóban a megvételre kínált termékkel, annak lényeges tulajdonságaival kapcsolatban téves képzet alakul vagy alakulhat ki, a jogsértés megállapítható. Ehhez nincs szükség arra, hogy a megtévesztettségéből eredően a fogyasztó ténylegesen szerződést kössön.

A reklám céljának elérésére, a vásárlási szándék, a fogyasztói döntés befolyásolására különösen alkalmas, ha a reklámban az áru kelendőségének fokozása (jelen esetben a szolgáltatás igénybevételére való sarkallás) érdekében azt hirdeti a vállalkozás, hogy szolgáltatását költségtakarékos módon (nagyon alacsony költséggel) nyújtja. A költségmegtakarítás és az erről való tájékoztatás ugyanis a fogyasztó érdeklődését felkelti, őt igénybevételre ösztönzi. Ekként, ahogy erre az alperes is utalt, az a kínált termék lényeges tulajdonságának tekinthető. Ha a vállalkozás a reklámban feltüntetett kedvezmények körét ténylegesen a meghirdetettnél szűkebb körben a nyújtja, kétségtelenül a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsít reklámtevékenysége során. E körben hangsúlyozza a másodfokú bíróság, hogy a reklám nem csak akkor megtévesztő, ha nem nyújtja azt a kedvezményt a reklámozó, amelyet megígért, hanem akkor is, ha a kedvezményt nem a meghirdetett körülményekkel, feltételekkel és mértékben érvényesíti.

A jelen ügyben megállapítható, hogy a televízióban, a nyomtatott sajtóban, az óriásplakáton, szórólapokon megjelent hirdetésekben nem derült ki, hogy a hitelkártya használata milyen feltételekkel jelenthet akár 45 napig kamatmentességet.

Helyesen állapította meg az elsőfokú bíróság, hogy ez a reklám alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, mert a kamatmentesség feltételei nem, vagy csak részben voltak kommunikáltak.

Utal arra a másodfokú bíróság, hogy a jogsértés - mint az adott ügyben - nem csupán téves információk adásával, hanem valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetőleg hiányos tájékoztatással is megvalósítható. A Legfelsőbb Bíróság a Kf.II.27.254/1998/5. számú eseti döntésében kimondta, hogy a valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő



reklám is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükségesek.

E körben rámutat a Fővárosi Ítéltábla arra, hogy a jelen ügyben speciális tudást igénylő, bonyolult pénzügyi szolgáltatásról van szó. A vásárlók nagy része nem bankszakember, így különösen lényeges kérdés, hogy a fogyasztók a kínált hitelről teljes és valós tájékoztatást kapjanak. Töretlen a bírói gyakorlat abban a kérdésben, hogy a pénzügyi szolgáltatások esetében kiemelkedően fontos a fogyasztók pontos, megfelelő tájékoztatása. Annál is inkább, mert - éppen a termék sajátosságai következtében - az értékesítési folyamatban a felek közötti bizalomnak is meghatározó szerepe van. A fogyasztók ismereteinek a banki szolgáltatások területén lévő hiányosságai, valamint a pénzügyi szervezetek szakmai hozzáértése iránti kényszerű bizalom igen hangsúlyossá teszi a fogyasztókat tájékoztató vállalkozások versenyjogi felelősségét. Miután a szolgáltatás - jellegéből fakadóan - a fogyasztói oldalt kiszolgáltatottá teszi, alappal várható el a vállalkozásoktól a teljes, alapos, korrekt, megbízható tájékoztatás. Csak így kerülhet a fogyasztó olyan helyzetbe, hogy megalapozottan hozzon döntést az adott banki szolgáltatás esetleges igénybevételéről.

A megalapozott fogyasztói döntés meghozatalának pedig kiemelkedő jelentősége van, hiszen a pénzügyi szolgáltatások érzékeny pontot érintenek: gyakran jelentős értékű szolgáltatásról van szó, amely a felek között általában hosszabb időtartamra szóló jogviszonyt hoz létre. Így még hangsúlyozottabban kell jelentkeznie a felperesi vállalkozás azon kötelezettségének, hogy szolgáltatásairól teljes körű, valós és pontos információkat bocsásson a fogyasztók rendelkezésére.

Az nem vitatható, hogy ha az adott hirdetés felkeltette a fogyasztó figyelmét, akkor elvárható, hogy tájékozódjon az ajánlat részleteiről. A reklámot megjelentető vállalkozásnak azonban - a fent kifejtettek szerint - elől kell járnia a fogyasztók pontos, valóságnak megfelelő, tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy racionális döntéshozatalra törekedjék, és ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását - az adott döntési folyamatban hangzatos szlogenek által tisztességtelenül befolyásolt - fogyasztóra.

A felperes azzal is érvelt, hogy a reklám a figyelem felkeltését szolgálta. A másodfokú bíróság álláspontja szerint különbségek ténylegesen tapasztalhatók az egyes reklámtípusok között. A perbeli reklám az információt közlő (részletesebb) kategóriába sorolható - tekintettel arra, hogy abban tényszerű adat közlése történt meg. Márpedig ha a reklámozó bármiféle tény közlésébe belebocsátkozik, akkor a reklámnak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges, releváns információkat tartalmaznia kell, az "csak" figyelemfelhívó reklámnak nem minősül. A fogyasztó ugyanis a megjelenő, illetve elhangzó információkat értékeli, és adott esetben nem méri fel azt, hogy a tájékoztatás nem teljes körű. Ilyenkor a reklámozó a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza az átlagfogyasztó számára a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét.

Ha ezen feltétlenül szükséges információk átadása elmarad, sérül a fogyasztó döntési szabadsága. A fogyasztók tájékozott döntés meghozatalára való lehetőségét feltétlenül biztosítani kell, ellenkező esetben a fogyasztók gazdasági magatartása jelentős mértékben torzulhat, ez pedig jogilag tilalmazott. Csakis a zavartalanul lefolytatott döntési folyamat eredményeként állhat elő megfelelően tájékozott döntés. A hirdetésben megjelölt állításnak tehát igaznak, valósnak és a tájékozott fogyasztói döntéshez szükséges releváns információkat tartalmazónak kell lennie és igazodnia kell a tisztességes verseny követelményeihez.

A felperesnek az európai uniós joggyakorlatra vonatkozó érvelésével összefüggésben indokolt rámutatni arra a tényre, hogy a kapcsolódó magyar szabályozás az uniós joggal teljes mértékben harmonizált. Az elsőfokú bíróság helytállóan érvelt az uniós joganyag alkalmazási kötelezettségének hiánya mellett, de a másodfokú bíróság ennek ellenére megjegyzi, hogy a hivatkozott, az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben a belső piacon folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK számú Irányelv szabályozási modellje szerint az az elvárás, hogy a piac a végső felhasználók döntéséhez szükséges információkat rendelkezésre bocsássa, valamint garantálni kell, hogy a fogyasztók a döntéseiket a piacon lévő ellenérdekű félnek a megtévesztő, illetve agresszív, vagyis manipulatív értékesítési stratégiáitól mentesen hozzák meg.

A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének ellenőrző mércéje e vonatkozásban az átlagfogyasztó modellje, azaz az átlagosan tájékozott, figyelmes és körültekintő fogyasztó -

értékelve természetesen a konkrét esetben érintett fogyasztói csoportok sajátos tulajdonságait is.

Az Irányelv szerint megtévesztő az olyan kereskedelmi gyakorlat, amely bármilyen formában félrevezeti vagy félrevezetheti az átlagos fogyasztót, úgy, hogy az ténylegesen vagy valószínűleg olyan ügyleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Továbbmenően az olyan kereskedelmi gyakorlat is megtévesztő, amely elmulasztja a fogyasztó számára szükséges és lényeges információ közlését, amelyre az átlagos fogyasztónak szüksége lenne ahhoz, hogy tájékozott üzleti döntést hozhasson.

Végezetül megjegyzi a másodfokú bíróság, hogy ha egy reklámozott szolgáltatás feltételeinek (nem pedig további részletek) megismeréséhez bármilyen rövid terjedelmű magyarázat szükséges, akkor a szolgáltatás lényeges tulajdonságai nem jól kommunikáltak.

A fentiekre figyelemmel a másodfokú bíróság egyetértett az elsőfokú bírósággal abban, hogy a felperes a terhére rótt jogsértést elkövette.

A másodfokú bíróság a Pp. 253.§-ának (3) bekezdése alapján, a felperes fellebbezésében felhozottak alapján azt is vizsgálta, hogy helytálló-e az elsőfokú bíróság azon döntése, mely a bíróság szankció körében előterjesztett felperesi érvek ellenére az alperesi határozatot e részében is jogszerűnek találta.

Az alperes a jogsértés megállapítása esetén a Tpvt. 77.§-ának (1) bekezdésében felsorolt intézkedések közül választhatja ki azt, amelyet leginkább alkalmasnak tart a jövőbeni jogsértéstől való elrettentésre. Az egyes intézkedések közötti választás az alperes döntési szabadságának körébe esik, melynek indokolása azonban elengedhetetlen. Ezen túlmenően a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése adja meg a jogi alapját és keretét a bíróság kiszabásának, azzal, hogy a jogalkotó a (3) bekezdésben sorolja fel - nem taxatív módon, hanem példálódzva - azokat a szempontokat, amelyek vizsgálata szükséges, és amely szempontok szerinti értékelés elengedhetetlen a jogsértéssel arányban álló szankció meghatározásához.

Azt helyesen állapította meg az elsőfokú bíróság, hogy a bíróság szankció kiválasztásakor az alperes jogsértést nem követett el, ezen álláspontjával a másodfokú bíróság is egyetértett. A bíróság összegére vonatkozó véleménye azonban nem fogadható el, az alábbiak szerint.

Figyelemmel arra, hogy a fenti a Tpv. 78.§-ának (1) és (3) bekezdésében írt rendelkezéseken túlmenően a jogalkotó további szempontot nem adott és a bírságösszeg tekintetében csak felső határt szabott, az alperes az adott jogsértéshez kapcsolódóan, egyedi értékelés alapján, mérlegelési jogkörében eljárva állapíthatja meg a kiszabott bírság összegét.

A másodfokú bíróság elfogadja, hogy az alperes a Tpv. 36.§-ának (6) bekezdése alapján kiadott és adott évben érvényes közlemény alapján állapítja meg a bírság mértékét, azonban az elvégzett számításnak a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében írtakkal összhangban kell állnia, a határozatból az elvégzett értékelés, mérlegelés szempontjainak ki kell tűnnie, és a bíróság által leellenőrizhetőnek kell lennie. A kiadott közlemény a bíróságot nem köti, az - a Tpv. 36.§-ának (6) bekezdése alapján - kötelező erővel sem bír.

Mivel a peres eljárás 2005. évi november hó 1. napját követően indult, ezért a Pp. 339/B. §-ában foglaltak szerint a bíróság a mérlegelési jogkörben hozott határozatot akkor tekintheti jogszerűnek, ha a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta (ez a kötelezettség vonatkozik a szankció alkalmazása körében figyelembe vett - enyhítő, súlyosító - körülményekre, tényekre is), az eljárási szabályokat betartotta, a mérlegelés szempontjai a határozatból megállapíthatók, és a határozat indokolásából a bizonyítékok mérlegelésének okszerűsége kitűnik.

A Fővárosi Ítéltábla több esetben kimondta, hogy nem tekinthető megfelelő indokolásnak, ha az alperes a figyelembe vett - esetlegesen a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében rögzített - körülményeket felsorolja. Az alperes azt is köteles bemutatni, hogy az egyes tényeket a felperes javára, vagy terhére értékelte, és azt miért. Az indokolást nélkülöző, vagy hiányos tartalmú határozatot a bíróság nem tekintheti megalapozottnak, ezáltal jogszerűnek.

A perbeli esetben a másodfokú bíróság megállapította, hogy az alperesi határozat a fenti elvárásoknak nem felelt meg, az a szankció indokolása körében hiányos volt, mivel a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdése szerinti szempontokat követő értékelést nem tükrözte. A határozatból nem derült ki, hogy az alperes a felperes terhére mit értékelt, a javára szóló körülményeket vizsgálta-e, a bírság összegét milyen értékelés eredményeként állapította meg. Ennek megfelelően a hiányos indokolású, ezáltal megalapozatlan határozati rendelkezések jogi minősítését az elsőfokú bíróság tévesen végezte el, döntésével e körben a másodfokú bíróság nem értett egyet.

Mindezek folytán a másodfokú bíróság a Pp. 253.§-ának (2) bekezdése alapján az elsőfokú bíróság ítéletét részben megváltoztatta és az alperes Vj-56/2006. számú határozatát a bírságösszeg tekintetében hatályon kívül helyezte és az alperest e körben új eljárásra kötelezte, egyebekben - a részleges pernyertességhez igazodó módon mérsékelve az alperest illető elsőfokú perköltség és a felperest terhelő kereseti illeték összegét - az elsőfokú ítéletet helybenhagyta.

Az alperes a megismételt eljárása során a fent kifejtett szempontok figyelembevételével köteles a jogsértéssel arányban álló bírság összegét meghatározni a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdése alapján.

A részben sikerrel fellebbező - ezáltal részben pernyertes - felperes a Pp. 78.§-ának (1) bekezdése és 81.§-ának (1)- bekezdése alapján köteles az alperest megillető elsőfokú részperköltség megfizetésére, míg a peres felek a másodfokú eljárásban felmerült költségeiket a Pp. 81.§-ának (1) bekezdése alapján maguk viselik. A 6/1986.

(VI.26.) IM rendelet (a továbbiakban: IM rendelet) 13.§-ának (2) bekezdése alapján a kereseti és fellebbezési részilleték viselésére a felperes köteles. Az alperes személyes illetékmentessége (1990. évi XCIII. törvény 5.§ (1) bek. c) pont) folytán a fennmaradó kereseti és fellebbezési illetéket az állam viseli az IM rendelet 14.§-a alapján.

Budapest, 2008. évi május hó 21. napja